

**ANALISIS PENGARUH CITRA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
DI ASSALAAM HYPERMARKET**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

**ARNO BASUKI**

**NIM: B 100 100 196**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**

## **PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**“Analisis Pengaruh Citra Pada Assalaam Hypermarket Terhadap Loyalitas Konsumen”**

Yang ditulis oleh:

**ARNO BASUKI**

**B 100 100 196**

Penandatanganan berpendapat bahwa Usulan Penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 10 November 2014

Pembimbing



( Nur Achmad, SE., MSi )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



( Dr. Triyono, SE., M.Si )

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ARNO BASUKI  
NIM : B 100 100 196  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH CITRA  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI  
ASSALAAM HYPERMARKET**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini, merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 10 November 2014

Yang membuat pernyataan,



Arno Basuki

## MOTTO

Allah SWT berfirman:

إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ

“Sesungguhnya Kami menurunkannya (al-Qur’an) dengan berbahasa Arab, agar kamu memahaminya.” (QS. Yusuf [12]: 2)

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.

(Al-Baqarah: 153)

“Sesungguhnya Allah tidak menilai bentuk tubuh dan parasmu, tetapi yang dinilai adalah niat, tujuan dan kemurnian yang tumbuh dari dalam lubuk hatimu”.

(HR. Muslim)

“Kita berdoa kalau kesusahan dan membutuhkan sesuatu, mestinya kita juga berdoa dalam kegembiraan besar dan saat rezeki melimpah”.

(Kahlil Gibran)

“Sepahit apapun sebuah kejujuran akan lebih baik daripada sebuah kebahagiaan yang manis”.

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Sebagai wujud rasa syukur kepada Allah dan terima kasih atas segala rahamat dan nikmat-Nya yang telah Ia berikan, akan kupersembahkan karya sederhana ini dengan tulus kepada:

- ❖ Bapak dan ibuku yang selalu memberikan kasih sayang tidak ternilai dan untaian Do'a yang tiada henti selalu mengiringi langkahku dari awal hingga selesainya skripsi.
- ❖ Kakakku yang selalu memberi semangat dan mendukungku dari awal hingga selesainya skripsi.
- ❖ Soulmate-ku yang telah membuat hidupku lebih baik dan berarti.
- ❖ Sahabat dan teman-temanku yang selalu menemaniku selama ini dan yang selalu mendukungku.
- ❖ Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Suarakarta

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas Konsumen di Assalaam Hypermarket”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, pelayanan, kualitas produk, lingkungan fisik dan lokasi terhadap loyalitas konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh langsung dari para pengunjung Assalaam Hypermarket. Pada uji asumsi klasik ditemukan masalah data sedikit kurang normal, semua variabel anti multikolineritas, uji heteroskedastisitas tidak ada masalah, pada pengujian hipotesis apabila variabel harga, pelayanan, kualitas produk, lingkungan fisik dan lokasi konstan, maka loyalitas konsumen di Assalaam Hypermarket akan semakin meningkat. Berdasarkan analisis uji t bahwa variabel harga dan lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen karena hasil uji statistic  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak pada taraf signifikansi 0,05. Sedangkan variabel pelayanan, kualitas produk dan lingkungan fisik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen karena hasil uji statistic  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima pada taraf signifikansi 0,05. Dari hasil perhitungan untuk nilai  $R^2$  diperoleh angka sebesar 0,521. Hal ini berarti 52,1% variasi loyalitas konsumen dijelaskan oleh variasi perubahan faktor-faktor harga, pelayanan, kualitas produk, lingkungan fisik dan lokasi. Sementara sisanya 47,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi oleh penelitian.

**Keyword:** *harga, pelayanan, kualitas produk, lingkungan fisik, lokasi, loyalitas konsumen*

## KATA PENGANTAR



*Asslamu 'alikum Wr.Wb.*

Alhamdulillah, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan kemudahan serta petunjuk dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas Konsumen di Assalaam Hypermarket”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sebagaimana yang diharapkan. Karenanya, dengan segala kerendahan hati saya mengharapkan masukan-masukan yang berharga dari semua pihak untuk kebaikan skripsi. Untuk itu penulis menyampaikan rasa hormat serta terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya selama pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Nur Achmad SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

4. Bapak Drs. Sujadi, MM selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Seluruh staf dan karyawan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing sehingga penulis mendapatkan ilmu dan bekal dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu yang telah memberikan doa serta bantuan baik materil dan moril.
8. Mas Bambang Eko Prasetyo, Mbak Yayuk dan Mas Joni Pratama yang memberiku semangat untuk terus maju dan bertahan dalam menghadapi kesulitan serta bantuan materil dan moril.
9. Assalaam Hypermarket yang telah membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
10. Laksmi Fakhrunnisa yang selalu memberi dukungan dan perhatian.
11. Teman – teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi, terima kasih atas waktu, perhatian, saran dan kritik.
12. Pesma K.H Mas Mansur UMS yang telah menyediakan tempat nyaman untuk tinggal.
13. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis harapkan Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga penelitian ini



membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang manajemen.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Surakarta, 10 November 2014

Peneliti,

Arno Basuki

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	9
1. Pengertian Pemasaran .....	9
2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
3. Manajemen Eceran.....	11
a. Pengertian Eceran.....	11
b. Jenis-jenis Pengecer .....	11
4. Loyalitas Konsumen.....	13
a. Berinteraksi dengan Pelanggan .....	13
b. Mengembangkan Program Loyalitas .....	14
c. Mempersonalisasikan Pemasaran.....	14
d. Menciptakan Ikatan Institusional .....	14
5. Pengertian Citra.....	15

6. Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas Konsumen .....	23
7. Pengertian Supermarket .....	24
8. Konsep Pemasaran .....	24
9. Keputusan Konsumen .....	26
B. Hipotesis.....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian dan Kerangka Pemikiran.....	28
B. Kerangka Pemikiran.....	30
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	31
3. Teknik Sampling.....	31
D. Data dan Sumber Data .....	32
1. Data Primer .....	32
2. Data Sekunder .....	32
E. Metode Pengumpulan.....	32
1. Kuisioner .....	32
2. Observasi.....	32
3. Studi Pustaka.....	32
F. Pengukuran Variabel.....	33
G. Definisi Operasional Variabel.....	34
H. Uji Instrument Penelitian .....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Reliabilitas.....	38
I. Metode Analisis Data .....	39
1. Uji Asumsi Klasik.....	39
2. Uji Hipotesis.....	40

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data Responden .....	44
B. Analisis Data .....	47

1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
a. Uji Validitas .....	47
b. Uji Reliabilitas .....	53
c. Uji Asumsi Klasik .....	49
1) Uji Normalitas.....	53
2) Uji Multikolineritas.....	55
3) Uji Heterokedastisitas .....	56
2. Pengujian Hipotesis.....	58
a. Analisis Regresi Linier .....	58
b. Uji Signifikansi Parameter Individual.....	60
c. Uji Signifikan Simultan.....	66
d. Uji Determinasi .....	67
C. Pembahasan.....	67
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 4.1. Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.2. Usia .....	41
Tabel 4.3. Asal Daerah.....	42
Tabel 4.4. Pekerjaan.....	42
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	44
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan .....	44
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	45
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Fisik.....	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi .....	46
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	47
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolineritas .....	52
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	54

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1. Uji Normalitas Data .....	50